

Algemene gegevens	
PPS-nummer	AF12104
Titel	Basisvoedingsmiddelen en gedragsinterventies
Topsector en innovatiethema	AF 6 Gezondheid
Projectleider (onderzoek)	Monique Vingerhoeds
PPS-coördinator (namens private partij)	Harm Dijkstra (FrieslandCampina)
Contactpersoon overheid	Cor Wever
Status (lopend of afgerond)	Lopend
Type onderzoek (F, T of V)	Toegepast (industrieel)
Werkelijke startdatum	01-01-2013
Werkelijke einddatum	31-12-2016
Korte omschrijving inhoud	Dit project beoogt mensen te stimuleren tot gezond keuze- en consumptiegedrag met betrekking tot basisvoedingsmiddelen, door middel van persoonlijke voedings- en gedragsadviezen en nudging.

Highlights
<p><u>Werkpakket 1</u> van dit project richt zich op onderzoek om inzicht te verwerven en het fysiologisch effect van basisvoeding op de gezondheidsstatus door middel van het ontwikkelen en toepassen van innovatieve individuele meetmethoden, om het effect van basisvoedingsmiddelen op de individuele gezondheid vast te stellen.</p> <p>In 2014 is een klinische studie opgezet om te bepalen wat het effect van een hoog zuivel dieet is op de metabole flexibiliteit in proefpersonen. Deze studie is goedgekeurd door de METC en gaat lopen in 2015.</p> <p>Metabolische flexibiliteit is de mogelijkheid van het lichaam om snel om te schakelen van suikermetabolisme naar vetmetabolisme, dit wordt gemeten met specifieke apparatuur. In 2014 is de validatie uitgevoerd van de apparatuur om de verandering in metabolische flexibiliteit door een aangepast dieet goed te kunnen meten in de klinische studie.</p> <p>Door aanpassingen in werkpakket 1 tov de originele planning is er dit jaar geen bijdrage geweest van VitalinQ en zijn hiervan geen resultaten te melden.</p> <p><u>Werkpakket 2</u> van dit project richt zich op onderzoek naar het effect en optimalisatie van prikkels (nudges) om individuen tot gezond gedrag te verleiden. Belangrijkste resultaten van 2014 zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geen effect van schapindeling (looprichting) op aankoopgedrag volkorenbrood bij supermarkt (onderzocht in 2 filialen) – mbv presentatie gerapporteerd aan supermarkt. Publicatie wordt in 2015 ingediend - Geen effect van combinatie van nudges (samples met volkorenbrood direct laten proeven; samples met volkorenbrood meegeven; 100% volkoren logo en display) op aankoopgedrag volkorenbrood bij ambachtelijke bakkerij (onderzocht in 7 filialen) – mbv presentatie gerapporteerd aan bakkerijen - Positief effect van een grappige vorm van broodjes op de keuze voor volkorenbrood door kinderen in de basisschoolleeftijd (onderzocht op 12 scholen tijdens Nationaal Schoolontbijt 2013) - gepubliceerd - Grotere broodjes zijn in een keuzesituatie aantrekkelijker voor kinderen dan kleine broodjes. De grootte van broodjes verleidt kinderen niet tot de keuze voor volkorenbrood (81% kiest voor wit). Wel laat deze studie zien dat de relatieve bijdrage van beleg in de lunchcalorie inname lager is wanneer grotere broodjes

worden gekozen (geen compensatie-effecten; onderzocht op individueel niveau in 3 klassen van groep 8 gedurende 4 dagen)

- Studie naar effect van geur op looprichting in bedrijfsrestaurant (Restaurant van de Toekomst) en keuze voor volkorenbrood uitgevoerd. Analyse in 2015
- Opzet virtuele supermarkt inclusief 3D modellen van broden voor screening van nudges voordat deze real life onderzocht worden.

Hoewel nudging en (sociale) marketing technieken worden ingezet om verschillende type producten te verkopen, is het lastiger om deze technieken succesvol in te zetten bij gezondere voedingsmiddelen als volkorenbrood. Consumenten verwachten en ervaren meer directe beloning bij de consumptie van ongezonde en calorierijke voedingsmiddelen. Het wordt wel gezegd dat ongezond voedsel 'zichzelf verkoopt' door de moeite die het kost om de verleiding te weerstaan. Vandaar dat bij een gewoonte-product als brood sterke nudges, of combinaties van nudges, nodig zijn om consumentengedrag op het gebied van brood te veranderen in een omgeving met veel ongezonde en verleidelijke voedingsmiddelen. Het is echter mogelijk dat binnen deze gewoonte bepaalde varianten van brood wel uitwisselbaar zijn, bijv. tarwe en volkoren brood. Vervolg onderzoek zal dit verder onderzoeken

Opgeleverde producten

Werkpakket 2

Wetenschappelijk artikel:

van Kleef, E.; Vrijhof, M.; Polet, I.A.; Vingerhoeds, M.H.; de Wijk, R.A. (2014) Nudging children towards whole wheat bread: a field experiment on the influence of fun bread roll shape on breakfast consumption. <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/14/906>

Vakbladen:

Stijnen, D.; Vingerhoeds, M. (2014) Nudging in het restaurant van de toekomst: een duwtje in de goede richting. Voedingsindustrie 21 (3), 24-27.